

C.P.Seibt

Je teurer der Topshot, desto magischer das Management

Wie fühlen Sie sich, wenn Sie morgens aufwachen und eine Million pro Tag bekommen?

Gut? Glücklicher?

Liebe Sophie!

Wenn dein Professor die Einkommen von Topshots im Seminar für soziale Gerechtigkeit erklärt, dann gleicht das dem Versuch, den Nanga Parbat in das Naturschutzgebiet der Lüneburger Heide zu integrieren. Und du zweifelst daran, ob ein Mensch eine Million pro Tag wert ist.

Ob er das wert ist? Lass uns danach fragen – und nach dem, was dagegen spricht:

Der Markt, die Helden und ihr Risiko

Das erste Argument für diese Spitzen-Einkommen hattest du schon im ersten Semester: Je knapper ein Gut, desto teurer ist es auf dem Markt. Praktizierende Genies des Managements sind rar; also kosten sie mehr. Das ist bei Topshots nicht anders als bei Michael Schumacher. Diese Rarität färbt auch auf das Unternehmen ab und macht es damit sichtbarer.

Das zweite Argument fragt nach unseren Vorlieben. Hinter wem ziehen wir lieber in die tägliche Schlacht um den Erfolg: hinter einem anständigen, in allen Fragen offenen Mister Transparency oder einem strahlenden Helden auf einem edlen Schimmel in goldglänzender Rüstung?

Das dritte Argument stammt von Robert H. Frank von der Cornell Universität. Er meint, das viele Geld lasse die Großen glücklich sein und dadurch erfolgreich. Auslöser seien zwei Relationen: Er hat mehr als zuvor und mehr als andere. Und an die Spitze eines Unternehmens gehören glückliche Selbstbewusste – das fördert weiteren Erfolg.

Das vierte Argument nennt der Volksmund: Man soll dem Ochsen, der drischt, nicht das Maul verbinden. Ist er gut im Futter, dann kann er auch schwer arbeiten. Das ist einfach. So simpel ist auch diese Begründung für die tägliche Million. Besonders innerhalb des Shareholder-Value-Konzeptes.

Das fünfte Argument ist ein beliebtes Spiel: The winner takes it all. Alle donnern den Hang hinunter, eine ist eine tausendstel Sekunde schneller. Sie hat gewonnen, alle anderen haben verloren. Alle spielen Bundesliga. Bayern wird Meister. Alle werkelten, um ABB zu retten. ABB-Chef Percy Barnevik bekam 100 Millionen Euro als Rente. Es lohnt sich nicht, Zweiter zu sein. Erster, das ist es. Woran können wir das sofort sehen? Am Einkommen.

Das ist das Spiel.

Sechstens geht es um Stars, VIPs, Promis und Celebrities.

Mag sein, dass RTL-Star Daniel Küblböck Hunderttausende kosten muss. Dann aber Robbie Williams mindestens 100 Millionen aufwärts. Topshots wurden längst zu Popstars. Eine Firma, die bekannt, populär sein will, zahlt auch für diese Pop-Qualitäten. Nur kreischen dann unten nicht die Girlies beiderlei Geschlechts, sondern die Analysten seufzen dezent fasziniert.

Siebtens argumentieren manche Topshots mit der Last der schweren Verantwortung und dem hohen persönlichen Risiko, da einer, der scheitert, dann schwer vermittelbar sei.

Alles gute Gründe. Die These ist: Wir brauchen die teuren Topshots, damit Unternehmen erfolgreich sind und wir das gut erkennen können, um ihnen zu folgen.

Sie riskieren viel und tragen schwere Verantwortung. Sie müssen Gewinner sein und das auch faszinierend darstellen, um als Pop-Idole öffentlich für ihre Firmen wirksam zu sein. Das können wenige, die Nachfrage ist groß, und so reguliert sich der Preis. Schlüssig, nicht wahr? Und jetzt fragen wir weiter:

Sisyphos als Pop-Idol in echt Gold

Was, bei Adam Smith, ist das denn für ein Markt? Wie funktioniert er? Es ist kein Markt, leider. Es ist ein glänzendes Geflecht aus persönlichen Beziehungen, gewoben in Firmen, auf Universitäten, verknotet von Headhuntern, Beratern, Vorständen, Aufsichts-, Bei- und Verwaltungsräten, schwingend in Geldströmen, summend von den News der Business-People-Medien, von »Gala« über CNN bis »Harvard Business Manager«.

Ein Markt ist das nicht. Nicht weil ein Mensch ein solch unglaubliches Genie des Managements ist und deshalb selten, bekommt er die tägliche Million – nein, weil er derartig viel Geld bekommt, ist er selten und muss wohl ganz außerordentlich gut sein. Ja, wir folgen lieber einem glänzenden Helden.

Das ist nur ein Argument gegen uns, wenn wir hinterherlaufen. Den Helden geht es nie um uns, sondern nur um sich, um ihren Mythos. Und zu Franks relativem Glücklichein als Voraussetzung für bessere Leistung: Was ist das für ein Boss, den nur noch mehr Geld glücklich sein lässt? Hat der sonst nichts begriffen vom Leben, von anderen, von sich? Und wenn er dermaßen begrenzt ist, disqualifiziert ihn das nicht sofort für weite, breite Aufgaben? Ja. Dass man den Ochsen füttert, damit er arbeitet, meint nicht, dass man ihn zu Tode stopfen sollte. Im Grunde ist diese Einschätzung der Top-Manager innerhalb des Shareholder-Value-Systems verächtlich. Denn damit wird ein nützlicher Idiot beschrieben, der beliebig austauschbar ist, falls er, gestopft, ausfällt.

Ja, so ist dieses Spiel: The winner takes it all. Aber, Sophie, es ist nicht das einzige Spiel und schon gar nicht das amüsanteste, klügste, lebenswerteste. Bei allen endlichen Spielen gibt es nur Verlierer. Selbst der Gewinner von gestern ist heute ein Verlierer. Auch Barnevik gilt jetzt nur noch als gieriger alter Mann. Die unendlichen Spiele hingegen spielen sich anders. Es geht darum, dass das Spiel weitergeht, dein Leben, so wie du es leben möchtest. Beispielsweise, wie du deine Ziele erreichst, deine Firma leitest, mit Menschen, mit denen dich nicht die gegenseitige Angst verbindet, sondern Hoffnung.

Und was heißt schwer vermittelbar, Risiko? Wenn einer auf einem Kissen aus x Millionen sanft gelandet ist, dann braucht er keinen Job. Doch er möchte wieder Macht, Ruhm, Status. Das kann er sich aber nicht kaufen. Er muss sich neuerdings sehr hoch dafür bezahlen lassen, damit er das bekommt.

Wer ein Pop-Produkt aus sich machen lässt, muss wissen, dass er so ganz schnell sehr populär sein kann – und ganz bald nicht mehr aktuell sein wird. Pop ist kurzlebig.

Die Antithese heißt also: Nicht der Markt reguliert die Höchst-Einkommen, aber die Höhe der Einkommen die Bedeutung der so Bezahlten. Die haben nützlich zu sein für jene, die dadurch noch mehr Geld bekommen möchten. Das ist ein endliches Spiel, nicht für praktizierende Genies, sondern für begrenzt Fähige, aber unbegrenzt durch Geld Getriebene, die austauschbar sein müssen, Pop-Idole mit schnellem Verfallsdatum. Das ist deren eigentliches Risiko, und dafür bekommen sie sehr viel Geld.

Und die Synthese?

Alte Preise, neue Werte

Unternehmen zahlen hohe Preise für Topshots, wollen aber eigentlich Wirkungen. Wirkungen müssen sie unbedingt erzeugen, um ihr erstrangiges Ziel zu erreichen, nämlich erfolgreich zu überleben. Um Wirkungen zu schaffen, brauchen sie das knappste Gut: Aufmerksamkeit. Die wiederum erhalten sie nur geschenkt, wenn sie faszinieren. Was fasziniert aber an mutlosem Handeln, hausbackenen Strategien, an Ich-auch-Produkten? Nichts. Ersatzweise hat also der Held in der goldenen Rüstung zu faszinieren. Wären aber die Ideen, die Produkte, die Leistungen, das ganze Unternehmen faszinierend, dann fände sich auch der passende Boss, begeistert, intelligent, mutig, engagiert.

Der erschafft Wirkungen, bekommt Aufmerksamkeit und ein faszinierendes Leben für seine Leistung. Und gutes Geld. Und grinst über die Gier, die ihn manipulieren soll.

So geht das – sobald du CEO bist.

Ich lächle dir zu.

© C.P.Seibt